

# 《党旗引领·整村授信存贷一体化营销》

## 乡村振兴下的存贷一体化营销

### 一、项目背景

#### 【银行管理层痛点】

疫情使业务冷淡，产能提升存贷指标更重，如何落地存贷一体营销？

党建 100 周年之际如何深入落实“党建+金融”的业务发展模式？

5G 时代下如何推动数字化、科技化产能提升，打造线上线下一体化营销模式？

如何策划主题，如何规划指标，如何考核激励，如何项目管控？如何开展活动？

#### 【银行执行层痛点】

业绩指标重，压力大，最怕产能提升；

缺客户，缺业务，缺方法，缺工具，缺新意，疲于应对……

#### 【市场营销痛点】

存款难，客户流失严重，传统业务群体流失，活动乏力；

市场环境变化快，客户习惯发生变化；存贷一体营销难度更大，线上线下结合营销缺少抓手，营销策略调整难度增大……

### 二、项目时间

#### 【版本】

✓ 25 天版

#### 【参与对象】

行领导、信贷部领导、支行长、网点负责人、客户经理，网点员工等

#### 【课程大纲】

第一部分:产能提升思维转变与布局新思路

一、2021 产能提升形势分析与应对策略

1、新冠疫情影响下客户需求的变化分析

2、基于客户需求转变下的银行营销模式的应对策略

3、2021 年银行产能提升营销重点及布局思路分析

二、产能提升战略目标管理与活动推进

1、产能提升营销管理策略制定

(1)绩效竞赛方案制定与奖励标准制定

(2)包挂制度的确立

(3)绩效优化与员工激励策略

(4)阶段目标的设立与达成

2、产能提升营销活动执行策略与推进

(1)营销活动策划六要素-规划、创新、目标、宣传、管控、跟踪

① 产能提升营销活动的策划与辅排

② 产能提升营销活动设计的关键

(2)活动的年度与季度规划要点(案例)

### (3)产能提升活动案例解析

#### 第二部分:厅堂产能提升营销重点激发与产品营销策略

##### 1、产能提升厅堂准备重点建议

###### (1)总行级客户活动准备建议

###### (2)宣传物料准备建议

###### (3)存量客户名单准备建议

###### (4)营销动员准备建议

##### 2、到访客户的有效识别技巧与网点营销主要问题

##### 3、产品组合定位、厅堂识别营销各岗位的人员与销售定位

##### 4、网点重点产品营销策略与工具设计

###### (1)营销工具设计重点及流程

###### (2)如何让你的营销工具会说话

##### 5、联动营销流程管理、产品推荐技巧、挖掘需求技巧、异议处理技巧

##### 6、促单成交的技巧与高效沟通技巧

#### 第三部分:存量客户盘活策略

##### 1、客户数据分析

###### (1)存量分层、分类、分群营销的筛选数据标签设定与工具

###### (2)客户余额情况分析筛选策略

##### 2、客户归户管理

##### 3、客户短信、微信、电话沟通技巧

##### 4、客户防流失技巧

#### 第四部分:产能提升营销技巧--电话营销

##### 1、产能提升电话营销的误区

##### 2、电话营销四大类型(服务型、业务型、加温型、海选型)

##### 3、电话营销四维法

##### 4、电话营销六句法

##### 5、电话营销管控

###### (1)抓事前准备:话术准备与演练

###### (2)抓事中执行:电话录音/电话台账/过程指标

###### (3)抓事后萃取:晒群/复盘/分享

#### 第五部分:"整村授信"营销能力强化

##### 1、整村授信带来的几个改变

###### (1)零售业务批发做

###### (2)针对区域市场的目标区域的深度外拓营销

###### (3)银行从"坐"向"行"转变营销主动性升级

###### (4)强化本地市场客户粘性,控制客户流失

###### (5)发挥人缘、地缘优势,巩固农村市场占有率

###### (6)整村授信可作为非常好的营销切入口

##### 2、整村授信营销五个关键

- (1)时段规划:抓住关键营销时间段
- (2)精准营销:找准可以拍板做决定的关键人
- (3)营销活动:找到吸引村民主动参加关键点(四)交叉营销:提前规划可针对不同客户进行交叉营销的关键产品组合
- (5)热度保持:日常宣传要持续,尤其是有里程碑意义的关键环节要充分利用

### 3、整村授信交叉营销策略

#### (一)整村授信五大营销场景分析

- (1)重要环节的场景(揭牌仪式、授信仪式、签约仪式等)
- (2)村民住宅陌生拜访场景
- (3)村企拜访场景(4)村民集会场景
- (4)与重要时令相结合的场景(农忙,返乡,重要节日等)

#### (二)整村授信的交叉营销产品匹配(不同客户、不同环节、不同场合)

- (1)本行现有产品梳理和筛选(储蓄业务、电子银行、网银等)
- (2)各类产品与客户的匹配
- (3)一对一营销场景下的产品选择
- (4)一对多营销场景下的产品选择

#### (五)整村授信的常用营销活动和宣传方式

- (1)对商户老板:集中开展座谈会
- (2)对单位企业:开展知识讲座等增值服务
- (3)对普通村民:与村委合作开展金融知识普及活动
- (4)对外务工人员:借助村组力量,开展座谈会筛选重点客户
- (5)用好村组公告宣传栏。在农户人流量较大的地方(如农户报告栏)张贴海报,同时发动村委会进行宣传和广播
- (6)建立村微信红包群。借助微信红包,吸引客户,激发用户的社交和分享

### 4、整村授信过程中的营销话术设计

#### (一)与村委沟通的话术设计

- (1)谈影响(2)谈贡献(3)谈价值(4)谈政策

#### (二)与村民沟通

- (1)第一次登门拜访时的自我介绍
- (2)介绍整村授信的惠农作用做后续营销铺垫
- (3)本行其他产品对客户价值塑造
- (4)后续拜访时的话术设计和客户引导

#### (三)营销活动上的话术设计

- (1)通过话术调动现场活动气氛
- (2)一对多的营销话术和产品介绍
- (3)提问环节的应答准备和问题引导
- (4)现场“攻心促单”成交话术

## 三、项目执行

 25天版 3个月

时间	辅导安排	内容
<p>第一阶段 4天</p>	<p>一、 调研 1天 二、 顶层 设计 2天 三、 大课 1天 四、 启动 会 1小时</p>	<p><b>顶层设计与作业工具梳理</b> <b>资源对接、项目调研与方案制定</b> <b>对象：</b>3位老师和银行负责部门 <b>内容：</b> 1.信贷产品设计包装； 2.五大类客群授信流程设计敲定； 3.尽职免责办法梳理； 4.营销活动确定； 5.审批权限商讨； 6.信贷流程优化； 7.信贷凭证优化； <b>8.项目联合工作小组成立；</b> 9.网点访谈调研； 10.内训师选定； 11.竞赛、包挂制度建立； 12.氛围营造及信息平台建立； 13.活动方案确定及物资准备； 14.项目目标设定； 15.绩效优化调整； <b>方式：</b>走访、座谈会、编写辅导等形式 <b>成果：</b>《XX产品管理办法》 《客户经理日常行为管理办法》 《XX产品PK奖励方案》 《内训师日常行为管理办法》 《农区客户授信操作流程草案》 《沿街商户授信操作流程草案》 《专业市场授信操作流程草案》 《社区居民授信操作流程草案》 《企事业单位员工授信操作流程草案》</p>
<p>第二阶段 9天</p>	<p>一、五大类客群授信流程及活动示范辅导 二、内训师全面带教</p>	<p><b>五大类客群存贷一体化授信活动标准流程示范</b> <b>内训师带教</b> <b>方式：</b>3位老师驻点、示范操作，难点攻克 <b>内容：</b> <b>1.整村授信“农区”存贷一体化活动操作流程示范</b> <b>2.整街授信“沿街商户”存贷一体化活动操作流程示范</b> <b>3.整园授信“专业市场”存贷一体化活动操作流程示范</b> <b>4.整体授信“企事业单位”存贷一体化活动操作流程示范</b> <b>5.整区授信“社区居民”存贷一体化活动操作流程示范</b></p>

三．网点辅导	<p><b>导入最新的精准营销理论，提升营销的方法与技巧</b></p> <p><b>方式：</b>3位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <p>网点产能提升“一点一策”活动方案沟通</p> <p>网点产能提升期间重点产品目标分解</p> <p>PK团队建立、绩效考核方案确定</p> <p>厅堂氛围营造物料准备</p> <p>各岗位服务销售流程巡查、纠偏</p>
三．网点辅导	<p><b>方式：</b>3位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <p>产能提升网点营销氛围布置到位</p> <p>厅堂服务销售流程辅导</p> <p>柜面服务销售流程辅导</p> <p>存量客户梳理</p>
四．存量客户 激活 存款电话营销	<p><b>导入最新的精准营销理论，提升营销的方法与技巧</b></p> <p><b>方式：</b>3位老师驻点（农区1位老师，城区1位老师）、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <p>潜力客户名单梳理</p> <p>客户分析</p> <p>电话、微信邀约</p> <p>存款预约电话营销PK</p> <p>面对面销售辅导，发现并解决问题</p> <p>主题沙龙活动物料准备、人员分工</p> <p>沙龙活动主讲、营销跟进辅导</p> <p>邀约客户到访确认</p>
五．增量客户 拓展 外拓营销	<p><b>导入最新的精准营销理论，提升营销的方法与技巧</b></p> <p><b>方式：</b>3位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <p>外拓活动实施</p> <p>主题沙龙活动准备</p> <p>产能提升营销厅堂活动执行、目标达成督导</p> <p>厅堂服务营销流程固化</p>
六．重点客群 沙龙活动	<p><b>市场预热与集中宣讲</b></p> <p><b>方式：</b>3位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <p>主题沙龙召开</p>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 沙龙前客户接待、签到</li> <li>2. 辅导沙龙过程中的产品讲解</li> <li>3. 辅导活动中的跟进技巧</li> <li>4. 沙龙活动中促单技巧辅导</li> </ol> <p>厅堂服务营销流程固化</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 客户识别、转介流程</li> <li>2. 产能提升厅堂活动开口率做到 100%</li> <li>3. 意向客户跟进</li> </ol>
<p>第三阶段 9 天</p>	<p>一.五大类客群 活动全行复制 全面落地</p>	<p><b>全行落地全面复制+辅导+纠偏+编写</b></p> <p><b>方式：</b>3 位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 督导实施步骤</li> <li>2. 流程纠偏整改</li> <li>3. 优化操作流程</li> <li>4. 优化相关管理办法</li> <li>5. 内外部氛围拉动</li> <li>6. 组织推进会</li> <li>7. 协助推进过程中难点阻力问题处理</li> <li>8. 《XX 银行整村授信操作手册编写》</li> </ol>
<p>第四阶段 3 天 3 月</p>	<p>一.全面固化 二.内训师赋 能培训 三.成果输出</p>	<p><b>全面固化 内训师赋能 成果输出</b></p> <p><b>方式：</b>2 位老师驻点、示范操作，难点攻克</p> <p><b>内容：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 相关人员访谈</li> <li>2. 难点问题解决方案</li> <li>3. 内训师赋能</li> <li>4. 总结表彰大会</li> <li>5. 资料全面移交</li> </ol> <p>《XX 银行整村授信农区客户操作流程+21 个实操工具》</p> <p>《XX 银行整街授信商户客户操作流程+15 个实操工具》</p> <p>《XX 银行整园授信专业市场操作流程+14 个实操工具》</p> <p>《XX 银行整体授信公职人员操作流程+15 个实操工具》</p> <p>《XX 银行整区授信社区居民操作流程+13 个实操工具》</p> <p>《XX 银行 X 季贷款营销活动竞赛方案》</p> <p>《XX 银行 X 季贷款营销活动包挂机制》</p>

		<p>《XX 银行 X 季贷款营销活动包挂督导细则》</p> <p>《XX 银行客户经理日常行为管理办法》</p> <p>《XX 银行客户经理日常行为管理统计工具》</p> <p>《XX 银行 XX 信贷产品管理办法》</p> <p>《XX 银行 XX 信贷产品额度测算标签及模型》</p> <p>《XX 银行整村授信操作手册》</p> <p>《XX 银行党建共创整村授信经典案例汇编》</p>
--	--	---